

Ogilvy

OGILVY ALBANIA
Rr. Islam Alla
Pll 43 (përbri ISPU)
Tiranë
Albania

T +355 (0)4 224 75 33
E info@ogilvyal.com
www.ogilvyal.com

OGILVY KOSOVA
Rr. Ilaz Agushi 4
10000
Prishtinë
Kosovë

T +381 (0)38 232 333
E info@ogilvyks.com
www.ogilvyks.com

THE LITTLE RED BOOK

Marketing and Advertising Glossary
Digital Glossary

LIBRI I VOGËL I KUQ

Fjalorth Marketingu dhe Reklamimi
Fjalorth Digjital

Ogilvy

LIBRI I VOGËL I KUQ
Fjalorth Marketingu dhe Reklamimi
Fjalorth Digjital

THE LITTLE RED BOOK
Marketing and Advertising Glossary
Digital Glossary

Botim promocional
OGILVY ALBANIA & KOSOVA
Promotional publication

Dhjetor / December 2008
Tiranë   Prishtinë

Tirazhi / Circulation
5000 copë / issues
148 faqe / pages

NUK SHITET   NOT FOR SALE

To the client, the student and the ad man.
Klientit, studentit dhe atij që bën reklama.

BEFORE YOU ASK...

This book is exactly what it says it is: little and red. Very red. But, they say size doesn't matter, it's what you do with it.

The contents of this book are meant for anyone who is faced with, or works in the fields of marketing, advertising and the internet.

You may ask "How can such a small book cover something as big as that?". Well, it can't. It can, however, serve as a guide whenever you're faced with a word you hear so many times in the meetings, but you are never quite sure what it means or you are too embarrassed to ask and always forget to Google it afterwards.

And this is exactly why this book is little - to fit into your pocket, so you can carry it anywhere, even sneak it in those meetings.

But why is it so red? Well, it is explained clearly on ***page 48****, under* ***Leave-Behind****, and it can also be described as* ***Advertising Speciality****, on* ***page 17****.*

Enjoy. :)

FISNIK ISMAILI
Executive Creative Director
OGILVY ALBANIA & KOSOVA

PARA SE TË PYESËSH...

Ky libër është pikërisht çfarë thotë se është: i vogël dhe i kuq. Shumë i kuq. Por, thonë që nuk ka rëndësi se sa i madh është, por çfarë mund të bësh me të.

Përmbajtja e këtij libri i dedikohet të gjithë atyre që përballen ose punojnë në fushën e marketingut, reklamimit dhe internetit.

Mund të pyesësh "Si mundet një libër kaq i vogël të përfshijë gjithçka që i përket një fushe kaq të madhe?" Nuk mundet. Megjithatë, mund të shërbejë si udhëzues sa herë që përballesh me një fjalë që dëgjon të përmendet nëpër mbledhje, por nuk je i sigurtë se çfarë kuptimi ka, ose të vjen turp të pyesësh dhe gjithmonë harron më pas ta kërkosh në internet.

Kjo është pikërisht arsyeja pse ky libër është i vogël - që ta zë xhepi dhe ta marrësh kudo me vete, madje edhe në ato mbledhjet.

*Pse është kaq i kuq? Kjo shpjegohet qartë në **faqen 48**, nën termin **Kujtesë**, por mund të përshkruhet edhe si **Reklamim i veçuar**, që gjindet në **faqen 17**.*

Shijoje. :)

FISNIK ISMAILI
Drejtor Ekzekutiv Kreativ
OGILVY ALBANIA & KOSOVA

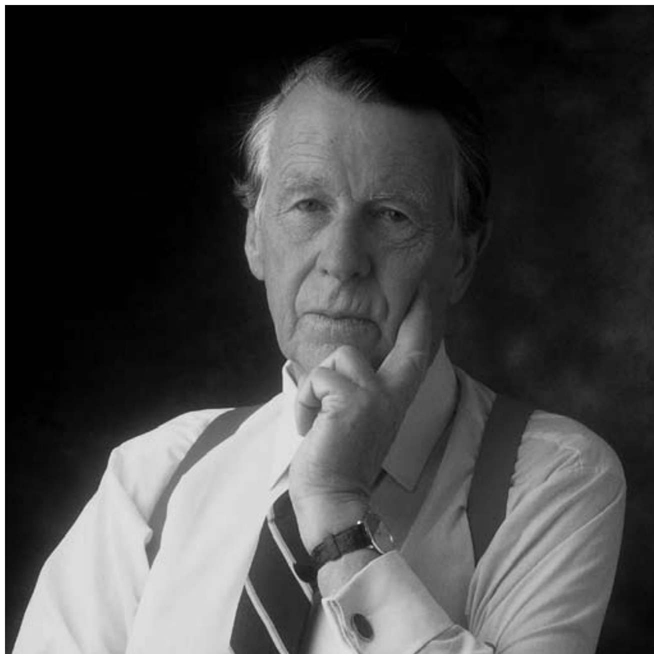
OGILVY ALBANIA
Rr. Islam Alla
Pll 43 (përbri ISPU)
Tiranë
Albania

T +355 (0)4 224 75 33
E info@ogilvyal.com
www.ogilvyal.com

OGILVY KOSOVA
Rr. Ilaz Agushi 4
10000
Prishtinë
Kosovë

T +381 (0)38 232 333
E info@ogilvyks.com
www.ogilvyks.com

CONTENT PËRMBAJTJA



DAVID OGILVY
1911 - 1999

“I don’t know the rules of grammar. If you’re trying to persuade people to do something, or buy something, it seems to me you should use their language.”

DAVID OGILVY

“Unë nuk i njoh rregullat gramatikore. Por, nëse do të bindësh dikë të bëjë diçka ose të blejë diçka, atëhere më duket e logjikshme të përdorësh gjuhën e tyre.”

THE LITTLE RED BOOK

Marketing & Advertising Glossary

LIBRI I VOGËL I KUQ

Fjalorth marketingu dhe reklamimi

Ogilvy

“Our business is infested with idiots who try to impress by using pretentious jargon.”

DAVID OGILVY

“Fusha jonë [marketingu] është përplot idiotë, të cilët mundohen të lënë mbresa duke përdorur zhargon ekstravagant.”

ABOVE-THE-LINE ADVERTISING **ATL**

Any advertising technique which focuses on general media such as TV, cinema, radio, print and Internet.

Mënyrë reklamimi që fokusohet në përdorimin e mediave të zakonshme, si TV, kinemaja, radioja, shtypi dhe interneti.

ATL REKLAMIM

ACCOUNT EXECUTIVE

The person within an advertising agency who represents the advertising agency to its clients. This person is the link between the ad agency and the organization hiring the agency.

Personi brenda një agjencie reklamimi që përfaqëson këtë te klienti. Ky person ndërlidh agjencinë e reklamimit me kompaninë që e ka kontraktuar atë agjenci.

MENAXHUES RELACIONI ME KLIENTË

ADVERTISER

The manufacturer, service company, retailer, or supplier advertising its product or service.

Prodhuesi, kompania e shërbimeve, shitësi ose furnizuesi, i cili reklamon shërbimet ose produktet e tij.

REKLAMUES

ADVERTISING AGENCY

An agency that handles all aspects of the advertising process, including planning, design, production and placement. Today, full-service generally suggests that the agency also handles other aspects of marketing communication, such as public relations, sales promotion, event management, Internet and direct marketing.

Agjencia që zotëron të gjitha aspektet e procesit të reklamimit, duke përfshirë planifikimin, dizajnin, produksionin dhe vendosjen nëpër media. Sot, një agjenci e tillë zotëron edhe aspektet e tjera të komunikimit të marketingut, siç janë marrëdhëniet me publikun, promocionet e shitjes, evenimentet, interneti dhe marketingu direkt.

AGJENCI REKLAMIMI



ADVERTISING ALLOWANCE

Money provided by a manufacturer to a distributor for the purpose of advertising a specific product or brand.

Paratë që i ndahen distributorit nga prodhuesi për qëllime reklamimi të një produkti ose të një marke të caktuar.

SHUMË E PARACAKTUAR E REKLAMIMIT

ADVERTISING BUDGET

Money set aside by the advertiser to pay for advertising. There are a variety of methods for determining the most desirable size of an advertising budget.

Paratë e planifikuara nga reklamuesi për të paguar reklamimin. Ka mënyra të shumta për të përcaktuar madhësinë më të dëshiruar të buxhetit reklamues.

BUXHET REKLAMIMI

ADVERTISING ELASTICITY

The relationship between a change in advertising budget and the resulting change in product sales.

Lidhja ndërmjet ndryshimit të buxhetit reklamues dhe ndryshimeve në shitjet e produktit.

ELASTICITET REKLAMIMI

ADVERTISING PLAN

An outline of what goals an advertising campaign should achieve, how to accomplish those goals, and how to determine whether or not the campaign was successful in obtaining those goals.

Formulimi i synimeve që duhet të arrihen në një fushatë reklamuese, si do të përmbushen ato synime dhe si do të përcaktohet nëse fushata ka pasur sukses në arritjen e tyre.

PLAN REKLAMIMI

ADVERTISING RESEARCH

Research conducted to improve the efficacy of advertising. It may focus on a specific ad or campaign, or may be directed at a more general understanding of how advertising works or how consumers use the information in advertising. It can entail a variety of research approaches, including psychological, sociological, economic and other perspectives.

Hulumtimi i zhvilluar për të përmirësuar efikasitetin e reklamimit. Ai mund të fokusohet në një reklamë specifike a fushatë ose mund t'i drejtohet kuptimit më të gjerë se si funksionon reklamimi, ose si e përdorin klientët informacionin në reklamë. Mund të përmbajë disa perspektiva hulumtimi: psikologjike, sociologjike, ekonomike e të tjera.

HULUMTIM I REKLAMIMIT

ADVERTISING SPECIALITY

*A product imprinted with, or otherwise carrying, a logo or promotional message. Also called a **promotional product**.*

*Një produkt që e ka të stampuar ose që mban një logo a mesazh promocional. Quhet edhe **produkt promocional**.*

REKLAMIM I VEÇUAR

ADVERTISING VEHICLE

A specific channel or publication for carrying the advertising message to a target audience. For example, one medium would be print, while one vehicle would be a specific magazine.

Kanal ose publikim specifik që porosinë reklamuese ia përcjell një audience të synuar. Për shembull, shtypi është një medium, ndërsa mjeti i reklamimit është një revistë specifike.

MJET REKLAMIMI

ADVERTORIAL

An advertisement that has the appearance of a news article or editorial, in a print publication.

Reklamë që ka formën e një artikulli lajmesh a editoriali në një botim.

ARTIKULL REKLAMUES

AGENCY COMMISSION

The agency's fee for designing and placing advertisements. Historically, this was calculated as 15% of the amount spent to manage advertising by the agency. Lately the commission has, in many cases, become negotiable, and may even be based on the campaign's success.

Tarifa e agjencisë për ekzekutimin e reklamave. Historikisht, kjo është llogaritur si 15% e shumës së shpenzuar për menaxhimin e reklamimit nga agjencia. Viteve të fundit përqindja është bërë, në shumë raste, e negociueshme dhe, madje, mund të llogaritet edhe në bazë të suksesit të fushatës.

PËRQINDJE E AGJENCISË

ART DIRECTOR

The person within an advertising agency who visualises the advertisement. Works in partnership with the Copywriter and reports to the Creative Director.

Personi brenda një agjencie reklamimi që vizualizon reklamat. Bashkëpunon me përpiluesin e teksteve, i raporton drejtorit kreativ.

DREJTOR ARTISTIK

*“The best ideas come as jokes.
Make your thinking
as funny as possible.”*

DAVID OGILVY

*“Idetë më të mira vijnë nga
shakatë. Bëji mendimet
sa më gazmore.”*

BELOW-THE-LINE ADVERTISING **BTL**

An advertising technique which focuses on direct means of communication, often direct mail and e-mail of targeted lists.

Mënyrë reklamimi që fokusohet në mënyra direkte të komunikimit, p.sh. postë direkte ose lista e-mailesh.

BTL REKLAMIM

BRAINSTORMING

A structured process to help generate ideas. It is based on the principle that an individual cannot generate and evaluate ideas at the same time. To use brainstorming, an agreement from the group must be gained, to try brainstorming for a fixed interval (e.g. six minutes).

Proces i strukturuar për të ndihmuar gjetjen e ideve. Bazohet në parimin se një individ nuk mund të lind ide dhe t'i vlerësojë ato në të njëjtën kohë. Për të bërë gjetje idesh në grup, duhet të pajtohet i gjithë grupi për të provuar gjetjen e ideve në një interval të shkurtër kohor (p.sh. gjashtë minuta).

GJETJE IDESH NË GRUP

BRAINWRITING

Group members take a short time interval, say 7 to 10 mins, to write all the solutions they can think of for a given problem. Ideas are collated. This procedure is more effective than brainstorming.

Anëtarët e grupit përdorin një interval të shkurtër kohor, 7 - 10 minuta, për t'i shkruar të gjitha zgjidhjet e një problemi që u bien ndërmend. Pastaj idetë e të gjithëve bashkohen. Kjo procedurë është më efektive sesa gjetja e ***ideve në grup*** *(Brainstorming).*

GJETJE IDESH ME SHKRIM

BRAND

A name, term, design, symbol or any other feature that identifies one seller's good or service as distinct from those of other sellers. The legal term for brand is trademark. A brand may identify one item, a family of items, or all items of that seller.

Emër, term, dizajn, simbol ose çfarëdo paraqitje tjetër, e cila e identifikon një mall a shërbim dhe e dallon me atë të tregtarëve të tjerë. Termi ligjor për markën është ***shenjë dalluese*** *(trademark). Marka mund të identifikojë një artikull, një familje artikujsh ose të gjithë artikujt e atij tregtari.*

MARKË

BRAND IDENTITY

How a company wants the consumer to perceive its product or brand. Companies try to bridge the gap between the ***brand image*** *and the* ***brand identity****.*

Mënyra se si kompania do që klienti ta perceptojë produktin ose markën e saj. Kompanitë mundohen ta mbyllin hendekun mes ***imazhit të markës*** *dhe* ***identitetit të markës****.*

IDENTITET I MARKËS

BRAND IMAGE

The perception of a product or a brand by the consumer.

Perceptimi i produktit ose markës nga klienti.

IMAZH I MARKËS

BRAND MANAGER

Person who has marketing responsibilities to develop and execute marketing programs that increase brand identity and awareness for a specific product.

Personi që mban përgjegjësinë për t'i zhvilluar dhe zbatuar programet e marketingut, të cilat përforcojnë identitetin e markës dhe vetëdijen ndaj një produkti të dhënë.

MENAXHUES I MARKËS

BURIED POSITION

An ad placed between other ads in a print publication, where readers are less likely to see it.

Reklamë shtypi, e vendosur ndërmjet reklamave të tjera në gazetë, të cilën lexuesit e kanë më të vështirë ta shohin.

POZICION I VARROSUR

BUSINESS-TO-BUSINESS ADVERTISING **B2B**

Advertising directed to other businesses, rather than to consumers.

Reklamimi drejtuar bizneseve të tjera, jo konsumatorëve.

REKLAMIM BIZNES-BIZNES

CAPTION

A caption can be an advertisement's headline or the text accompanying an illustration or photograph.

Titër mund të jetë një titull reklame ose teksti që shoqëron një ilustrim a fotografi.

TITËR

CAR CARD

An advertising poster placed on buses, subways, etc.

Poster reklamimi, i vendosur brenda autobusëve, trenave, etj.

PANO KABINE

CARD RATE

Media rates published by a broadcast station or print publication on a "rate card". Typically the highest rate charged by an advertising vehicle.

Tarifat e mediave të lëshuara nga stacione radiotelevizive ose media e shkruar në një "listë tarifash". Zakonisht, ky është çmimi më i lartë i kërkuar nga një mjet reklamimi.

TARIFË ZYRTARE

CHANNEL DISTRIBUTION

An organized network of agencies and institutions which in combination perform all the functions required to link producers with end customers to accomplish the marketing task.

Rrjet i organizuar i agjencive dhe institucioneve, të cilat, në bashkëpunim me njëra-tjetrën, i kryejnë të gjitha funksionet e nevojshme për t'i ndërlidhur prodhuesit me klientët, për të përmbushur qëllimin e marketingut.

RRJET SHPËRNDARJE

CIRCULATION

Of a print publication, the average number of copies distributed. For outdoor advertising this refers to the total number of people who have an opportunity to observe a billboard or poster.

Numri mesatar i kopjeve të shpërndara të një publikimi të shtypur. Për reklamim ***jashtë shtëpisë*** *(outdoor), tirazhi i referohet numrit total të njerëzve që kanë rastin të shohin një billboard a poster.*

TIRAZH

CLASSIFIED ADVERTISING

Print advertising that is limited to certain classes of goods and services, and usually limited in size and content.

Reklamim shtypi i kufizuar për disa mallra dhe shërbime të caktuara, zakonisht më të vogla në madhësi e përmbajtje.

REKLAMIME (SHPALLJE) TË VOGLA

COMPARATIVE ADVERTISING

An ad in which there is specific mention or presentation of competing brand(s) and a comparison is made or implied.

Reklamë në të cilën përmendet ose prezantohet qëllimisht marka konkurrente dhe bëhet ose nënkuptohet krahasimi me të.

REKLAMIM KRAHASUES

COMPETITION-ORIENTED PRICING

A pricing strategy that is based upon what the competition does.

Strategjia e përcaktimit të çmimeve, bazuar në atë që bën konkurrenca.

PËRCAKTIM I ÇMIMEVE BAZUAR NË KONKURRENCËN

CONCEPT

Every advertisement is designed around a concept or idea that gives shape to the entire advertisement.

Çdo reklamë është e projektuar rreth një koncepti a ideje, e cila përcakton formën e përgjithshme të asaj reklame.

KONCEPT

COOPERATIVE ADVERTISING

A system by which ad costs are divided between two or more parties. Usually, such programs are offered by manufacturers to their wholesalers or retailers, as a means of encouraging those parties to advertise the product.

Ndarja e shpenzimeve të reklamimit ndërmjet dy a më shumë palëve. Zakonisht, prodhuesit u ofrojnë mundësi të tilla shitësve të tyre me shumicë dhe pakicë, si mjet stimulimi për reklamimin produktit të tyre.

REKLAMIM KOOPERATIV

COPY

The printed text or spoken words in an advertisement.

Teksti i shkruar ose i folur në një reklamë.

TEKST I REKLAMËS

COPYRIGHT ©

The right of copyright gives protection to the originator of material to prevent use without express permission or acknowledgement of the originator.

E drejta autoriale mbron krijuesin e një materiali, duke ndaluar përdorimin e këtij materiali pa lejen a pranimin e krijuesit.

E DREJTË AUTORIALE

COPYWRITER

The person within an advertising agency who writes the printed text or spoken words in an advertisement. Works in partnership with the Art Director and reports to the Creative Director.

Personi brenda një agjencie reklamimi që shkruan tekstin e shtypur ose fjalët e folura në një reklamë. Punon bashkë me drejtorin artistik dhe i raporton drejtorit kreativ.

PËRPILUES TEKSTESH

COST EFFICIENCY

For a media schedule, refers to the relative balance of effectively meeting reach and frequency goals at the lowest price.

Per një media plan, ky është balancimi i shtrirjes dhe frekuencës më të lartë me çmimin më të ulët.

EFIKASITET I KOSTOS

COUNTER ADVERTISING

Advertising that takes a position contrary to an advertising message that preceded it. Such advertising may be used to take an opposing position on a controversial topic, or to counter an impression that might be made by another party's advertising.

Reklamë që ka drejtim të kundërt nga porosia e reklamës paraprake. Kjo mënyrë e reklamimit mund të përdoret për të marrë pikëvështrim të kundërt në ndonjë temë të debatueshme, ose për të kundërshtuar efektin që mund të ketë pasur reklamimi i një pale tjetër.

KUNDËR-REKLAMIM

CREATIVE BRIEF

*A written statement that serves as the creative teams guide for writing and producing an ad. It describes the most important issues that should be considered in the development of the ad (**the who, why, what, where, and when**), including a definition and description of the target audience; the rational and emotional appeals to be used; the product features that will satisfy the customers needs; the style, approach, or tone that will be used in the copy; and, generally, what the copy will say.*

*Formulim i shkruar që u ndihmon dhe shërben ekipeve kreative për të shkruar dhe realizuar një reklamë. Përshkruan pyetjet më të rëndësishme që duhen konsideruar gjatë realizimit të reklamës (**kush, pse, çfarë, ku dhe kur**), përfshirë përkufizimin dhe përshkrimin e audiencës së synuar, metodat racionale dhe emocionale që duhen përdorur, tiparet e produktit që do të përmbushë nevojat e klientit, stilin, qasjen ose tonin që do të përdoret në tekstin e shkruar dhe të folur, si dhe çfarë mesazhi do të reflektojë.*

PËRMBLEDHJE KREATIVE

“If it doesn’t sell,
it isn’t creative.”

DAVID OGILVY

“Nëse nuk shet,
nuk është kreative.”

CREATIVE DIRECTOR

The person within an advertising agency, responsible for the development of an advertisement, working closely with Art Directors and Copywriters.

Personi brenda një agjencie reklamimi, përgjegjës për zhvillimin dhe realizimin e një reklame, që punon drejtpërdrejt me drejtorin artistik dhe përpiluesin e teksteve.

DREJTOR KREATIV

CREATIVE STRATEGY

An outline of what message should be conveyed, to whom, and with what tone. This provides the guiding principles for copywriters and art directors who are assigned to develop the advertisement. Within the context of that assignment, any ad that is then created should conform to that strategy.

Planifikimi i mënyrës së përçimit të porosisë, kujt do t'i dedikohet dhe me çfarë toni. Shërben si udhëzues për përpiluesit e teksteve dhe drejtorët artistikë, të cilët kanë për detyrë të realizojnë reklamën. Brenda këtij konteksti, çdo reklamë që realizohet duhet të përputhet me këtë strategji.

STRATEGJI KREATIVE

CREATIVES

A general marketing term used for the material used to generate leads and sell advertising developed and designed by art directors and/or copywriters in an ad agency.

Term marketingu, që përmendet kur bëhet fjalë për materialin që përdoret për të shitur produktin a shërbimin e reklamuar, i cili është realizuar dhe dizajnuar nga drejtorët artistikë dhe/ose përpiluesit e teksteve brenda një agjencie reklamimi.

KREATIVA

DAY-AFTER RECALL TEST

A research method that tests consumers' memories the day after they have seen an ad, to assess the ad's effectiveness.

Metodë hulumtimi që teston kujtesën e klientëve një ditë pasi e kanë parë një reklamë, për të matur influencën e asaj reklame.

TEST KUJTIMI PAS NJË DITE

C
D

DEMOGRAPHICS

Basic objective descriptive classifications of consumers, such as their age, sex, income, education, size of household, ownership of home, etc. This does not include classification by subjective attitudes or opinions of consumers.

Përshkrimi i thjeshtë objektiv i klasifikimit të klientëve sipas moshës, gjinisë, të ardhurave, edukimit, madhësisë së familjes, pronësisë së patundshme, etj. Kjo nuk përfshin klasifikimin në bazë të qëndrimeve subjektive ose pikëpamjeve të klientëve.

DEMOGRAFITË

DIRECT MAIL

Marketing communications delivered directly to a prospective purchaser via the Postal Service or a private delivery company.

Komunikim marketingu i dërguar direkt te blerësi potencial nëpërmjet shërbimit postar ose ndonjë kompanie shpërndarëse private.

POSTË DIREKTE

DIRECT MARKETING

Sending a promotional message directly to consumers, rather than via a mass medium. Includes methods such as Direct Mail and Telemarketing.

Përçimi i një mesazhi promovues drejtpërdrejt te klienti, jo nëpërmjet mas-mediave (TV, radio, etj). Përfshin metoda si ***posta direkte*** *dhe* ***telemarketingu*** *(qasja nëpërmjes thirrjeve telefonike).*

MARKETING DIREKT

DIRECT RESPONSE

Promotions that permit or request consumers to directly respond to the advertiser, by mail, telephone, e-mail, or some other means of communication.

Promocionet që lejojnë ose kërkojnë nga klienti t'i përgjigjet reklamuesit nëpërmjet postës, e-mailit ose mjeteve të tjera të komunikimit.

PËRGJIGJE DIREKTE

EARNED RATE

A discounted media rate, based on volume or frequency of media placement.

Vlera e ulur e çmimit të tarifës së medias, bazuar në sasinë ose frekuencën e përdorimit të medias.

PJESË E FITUAR

EIGHTY-TWENTY RULE

A rule-of-thumb that, for the typical product category, 80% of the products sold will be consumed by 20% of the customers.

Parim i thjeshtë, sipas të cilit, 80% e artikujve të një kategorie specifike produkti, konsumohen nga 20% e klientëve.

PARIMI 80-20

END-USER

The person who actually uses a product, whether or not they are the one who purchased the product.

Personi që e përdor produktin, pavarësisht nëse e ka blerë vetë atë ose jo.

PËRDORUES

EXPOSURE

Consumers who have seen or heard a media vehicle, whether or not they paid attention to it.

*Klientët që kanë parë ose dëgjuar një **mjet reklamimi**, pavarësisht nëse i kanë kushtuar vëmendje ose jo.*

EKSPOZIM

EYE TRACKING

A research method that determines what part of an advertisement consumers look at, by tracking the pattern of their eye movements.

Metodë hulumtimi që përcakton se cilën pjesë të reklamës e shikojnë klientët, duke ua regjistruar lëvizjet e syve.

REGJISTRIM I SYRIT

FLAT RATE

A media rate that allows for no discounts.

Tarifë e medias që nuk lejon ulje çmimi.

ÇMIM I PALËVIZSHËM

E
F

FOCUS GROUP INTERVIEW

A research method that brings together a small group of consumers to discuss the product or advertising, under the guidance of a trained interviewer.

Metodë hulumtimi në të cilën merr pjesë një grup i vogël klientësh që diskutojnë produktin ose reklamën, nën drejtimin e një intervistuesi me përvojë.

GRUP FOKUSI

FOUR Ps

Combination of marketing tools that are used to satisfy customers and company objectives, controlled by 4 P-s in marketing. It stands for Product, Price, Place (i.e., distribution) and Promotion.

*Ndërthurje e mjeteve të marketingut që përdoren për të plotësuar nevojat e klientit dhe për të arritur synimet e prodhuesit, të kontrolluara nga 4 P-të në marketing (në anglisht) për **Produktin** (Product), **Çmimin** (Price), **Vendin/Shpërndarjen** (Place) dhe **Promovimin** (Promotion).*

KATËR P-të

FULL POSITION

A print ad that is surrounded by reading matter in a newspaper, making it more likely consumers will read the ad. This is a highly desirable location for an ad.

Reklamë shtypi e rrethuar me material leximi në një gazetë, duke e bërë kështu më të mundshëm leximin e reklamës nga klienti. Ky është pozicion shumë i dëshiruar për një reklamë.

POZICION I MBUSHUR

GALVANOMETER TEST

A research method that measures physiological changes in consumers when asked a question or shown an ad.

Metodë hulumtimi që bën matjen e ndryshimeve fiziologjike te klienti kur këtij i bëhet ndonjë pyetje ose i tregohet një reklamë.

TEST GALVANOMETRI

GENERIC BRAND

Products not associated with a private or national brand name.

Produkte që nuk kanë lidhje me ndonjë markë private a kombëtare.

MARKË E PËRGJITHSHME

GROSS AUDIENCE

The audiences of all vehicles or media in a campaign, combined.

Audienca totale e një fushate në të gjitha mjetet e reklamimit.

AUDIENCË BRUTO

GROSS RATING POINTS **GRPs**

Reach times average frequency. This is a measure of the advertising weight delivered by a vehicle or vehicles within a given time period.

Frekuenca mesatare e shtrirjes. Kjo është njësi matëse e shtrirjes së reklamës së shpërndarë nga një ose më shumë mjete reklamimi brenda një periudhe të caktuar kohore.

PIKË TË VLERËSIMIT BRUTO

GUERILLA MARKETING

Unconventional marketing intended to get maximum results from minimal resources.

Marketing jo i zakontë që synon të arrijë rezultate maksimale me shpenzime sa më të vogla.

MARKETING GUERIL

HOLDING POWER

The ability to keep an audience throughout a broadcast, rather than having them change channels.

Aftësia për ta ruajtur audiencën përgjatë një transmetimi, duke mos i lënë ta ndërrojnë kanalin.

FUQI E MBAJTJES

HOLDOVER AUDIENCE

The percent of a program's audience that watched or listened to the immediately preceding program on the same station.

Përqindja e audiencës së një programi, e cila e ka parë ose dëgjuar programin pararendës në kanalin/stacionin e njëjtë.

AUDIENCË E MBETUR

HORIZONTAL DISCOUNT

A discount on a media purchase resulting from a promise to advertise over an extended period of time.

Ulje e çmimit të blerjes së medias, duke premtuar reklamim të vazhdueshëm për një periudhë më të gjatë kohore.

ULJE HORIZONTALE

HORIZONTAL PUBLICATIONS

Business publications designed to appeal to people of similar interests or responsibilities in a variety of companies or industries.

Publikime biznesi të dizajnuara për të joshur njerëz me interesa ose përgjegjësi të ngjashme nëpër kompani ose industri të ndryshme.

PUBLIKIME HORIZONTALE

HOUSE AGENCY

An advertising agency owned and operated by an advertiser, which handles the advertiser's account.

Agjenci reklamimi, pronë e reklamuesit, e cila menaxhon projektet e reklamuesit.

AGJENCI E BRENDSHME

IMAGE ADVERTISING

Promoting the image, or general perception, of a product or service, rather than promoting its functional attributes.

Promovimi i imazhit ose i percetimit të përgjithshëm të një produkti ose shërbimi, jo i tipareve të tij funksionale.

REKLAMIM IMAZHI

INFOMERCIAL

A commercial that is very similar in appearance to a news program, talk show, or other non-advertising program content.

Reklamë shumë e ngjashme në dukje me një program lajmesh ose me ndonjë program tjetër që nuk ka përmbajtje reklamuese.

REKLAMË INFORMUESE

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

A management concept that is designed to make all aspects of marketing communication such as advertising, sales promotion, public relations, internet and direct marketing work together as a unified force, rather than permitting each to work in isolation.

Koncept menaxhues i krijuar për t'i kombinuar të gjitha aspektet e komunikimit të marketingut, siç janë: reklamimi, promovimi i shitjes, marrëdhëniet me publikun, interneti dhe marketingu direkt, për të bashkëpunuar si forcë e përbashkët, duke mos lejuar aplikimin e ndarë dhe të izoluar nga njëri-tjetri.

KOMUNIKIM I INTEGRUAR MARKETINGU

"The more informative your advertising, the more persuasive it will be."

DAVID OGILVY

"Sa më informative reklama, aq më bindëse do të jetë."

“What you say in advertising
is more important
than how you say it.”

DAVID OGILVY

“Çfarë thua në reklama
është më e rëndësishme
se mënyra si e thua.”

JINGLE

A short song, usually mentioning a brand or product benefit, used in a commercial.

Këngë e shkurtër, e përdorur në reklamë, që zakonisht përmend markën ose përparësitë e produktit.

XHINGËL

KEEPER

A premium used to induce a consumer to take some action, such as completing a survey or trying a product.

Dhuratë që përdoret për të nxitur klientin të ndërmarrë një veprim, p.sh. të plotësojë një pyetësor ose të testojë një produkt.

MBAJTËS

KEY SUCCESS FACTORS

The factors that are a necessary condition for success in a given market.

Faktorët të cilët janë kusht i domosdoshëm për sukses në një treg të caktuar.

FAKTORË KYÇË TË SUKSESIT

LEAVE-BEHIND

A premium left with prospective customers by a sales person, to remind them of the product or service being sold. (i.e. This book you are reading)

Dhuratë e cila i mbetet klientit potencial nga shitësi për t'ia përkujtuar produktin ose shërbimin që po shitet. (p.sh. Ky libër që po lexon)

KUJTESË

LIFESTYLE SEGMENTATION

Separating consumers into groups, based on their hobbies, interests, and other aspects of their lifestyles.

Ndarja e klientëve në grupe, bazuar në preferencat, interesat dhe aspektet e tjera të jetesës së tyre.

NDARJE SIPAS STILIT TË JETESËS

LOYALTY INDEX

Frequency of listenership of a particular broadcast station.

Frekuenca e dëgjueshmërisë së një radiostacioni të caktuar.

INDEKS I BESNIKËRISË



MACROMARKETING

A type of marketing in which a company adapts itself to uncontrollable factors within the industry.

Lloj i marketingut që mundëson kompaninë t'u përshtatet faktorëve të pakontrollueshëm brenda industrisë.

MAKROMARKETING

MARKET PROFILE

A summary of the characteristics of a market, including information of typical purchasers and competitors, and often general information on the economy of an area.

Përmbledhje e tipareve të një tregu, duke përfshirë aty informacion mbi blerësit tipikë dhe konkurrencën, si dhe, shpeshherë, edhe informacion për ekonominë e një territori të caktuar.

PROFIL TREGU

MARKET SHARE

The percentage of a product category's sales, in terms of units, obtained by a brand, line or company.

Përqindja e shitjes së një kategorie produkti, sipas sasisë, e bërë nga marka, linja ose kompania.

PËRQINDJE TREGU

MARKETING FIRM

A business that affects the distribution and sales of goods and services from producer to consumer; including products or service development, pricing, packaging, advertising, merchandising and distribution.

Kompania e cila ndikon mbi shpërndarjen dhe shitjen e mallit dhe të shërbimeve nga prodhuesi te klienti, duke përfshirë zhvillimin, përcaktimin e çmimit, paketimin, reklamimin, komercializimin dhe shpërndarjen e produktit ose të shërbimit.

KOMPANI MARKETINGU

MARKETING RESEARCH

The systematic gathering, recording, analyzing, and use of data relating to the transfer and sale of goods and services from producer to consumer.

Mbledhja e rregullt, regjistrimi, analiza dhe përdorimi i të dhënave, që kanë të bëjnë me kalimin dhe shitjen e mallrave dhe të shërbimeve prej prodhuesit deri te klienti.

HULUMTIM TREGU

MEDIA

Print, television, radio, internet, billboards, etc. are all forms of media that help in communicating with audiences on a large scale. Their reach, quality and affect differ from each other.

Shtypi, televizioni, radioja, interneti, billbordet, etj., janë forma të mediave, që e ndihmojnë komunikimin masiv me njerëzit. Shtrirja, cilësia dhe ndikimi i secilës ndryshon prej njërës te tjetra.

MEDIA

MEDIA PLANNER

The person within an advertising agency or media handling agency, who selects an optimum mix of media vehicles that will provide maximum visibility to the ads resulting in maximizing sales of the client's products. The media planner must have a thorough understanding of the client's products, target customers and their buying patterns along with a knowledge of each media vehicle.

Personi brenda një agjencie reklamimi ose agjencie për menaxhim mediash që bën përzgjedhjen më të mirë të mjeteve të reklamimit, të cilat do të kenë shtrirjen maksimale të reklamës, duke rezultuar me rritjen e shitjes së produktit të klientit. Planifikuesi i mediave duhet të ketë njohuri të thellë të produkteve të klientit, të klientëve të synuar dhe të shprehive të tyre të blerjes, si dhe njohuri për secilin mjet reklamimi.

PLANIFIKUES MEDIASH



MISSION

A brief description of a company's fundamental purpose. It articulates the company's purpose both for those in the organization and for the public.

Përshkrim i shkurtër i objektivit (qëllimit) kryesor të një kompanie. Përshkruan qëllimin e kompanisë si për njerëzit brenda organizatës, ashtu edhe për publikun.

MISION

MEDIA STRATEGY

A plan of action by an advertiser for bringing advertising messages to the attention of consumers through the use of appropriate media.

Planifikimi i reklamuesit për t'i afruar klientit porosinë reklamuese nëpërmjet përdorimit të mediave më të përshtatshme.

STRATEGJI E MEDIAS

NATIONAL BRAND

A nationally distributed product brand name. May also be distributed regionally or locally.

Markë e shpërndarë brenda një shteti. Mund të shpërndahet edhe brenda një rajoni ose lokaliteti.

MARKË KOMBËTARE

NONPROFIT MARKETING

The marketing of a product or service in which the offer itself is not intended to make a monetary profit for the marketer.

Marketingu i një produkti a shërbimi, oferta e të cilit nuk ka për qëllim përfitimin financiar të reklamuesit.

MARKETING JOFITIMPRURËS

OBJECTIVES

The desired or needed result to be achieved by a specific time. An objective is broader than a goal, and one objective can be broken down into a number of specific goals.

Rezultati i dëshiruar ose i nevojshëm për t'u arritur brenda një kohe të caktuar. Qëllimi është më i gjerë sesa synimi dhe një qëllim mund të ndahet në disa synime specifike.

QËLLIMET

OUTDOOR ADVERTISING

Any advertising done outdoors that publicizes a product or a service.

Çdo formë reklamimi e bërë përjashta, për t'i bërë publicitet një produkti a shërbimi.

REKLAMIM PËRJASHTA

PATRONAGE MOTIVES

The motives that drive an individual toward selection of a particular outlet, retailer, or supplier of services.

Motivet që e shtyjnë një person drejt zgjedhjes së një shitësi, dyqani ose një ofruesi shërbimesh.

MOTIVE TË PËRKRAHJES

PENETRATED MARKET

Actual set of individuals or organisations actually consuming the product or service.

Grupimi i individëve ose i organizatave që tashmë e konsumojnë produktin ose shërbimin.

TREG I DEPËRTUAR

PERCEIVED RISK

A functional or psychosocial risk a consumer feels he/she is taking when purchasing a product.

Rreziku funksional ose psikosocial të cilin e ndjen klienti që po e ndërmerr me blerjen e një produkti.

RREZIK I PERCEPTUAR

PERCENT-OF-SALES METHOD

Method of determining the advertising budget based on an analysis of past sales, as well as a forecast for future sales.

Metoda e përcaktimit të buxhetit reklamues, bazuar në analizat e shitjes të mëparshme, si dhe në parashikimin e shitjeve në të ardhmen.

METODË E PËRQINDJES MBI SHITJET

PERSUASION PROCESS

The process used by advertising to influence audience or prospect attitudes, especially purchase intent and product perception by appealing to reason or emotion.

Procesi i përdorur nga reklamimi për të influencuar në sjelljet e audiencës, posaçërisht në synimin për të blerë dhe perceptimin e produktit, duke ndikuar në arsye ose emocion.

PROCES I BINDJES

POINT OF PURCHASE ADVERTISING **POP**

Promotion tools that are displayed in shops, stores and malls. These display signs and danglers catch the attention of customers right when they are making purchases in a shop.

Mjete promovuese që ekspozohen nëpër dyqane, komplekse dyqanesh a qendra tregtare. Përmbajnë shenja dhe porosi për t'ua tërhequr vëmendjen klientëve pikërisht kur janë duke blerë mallra në dyqan.

REKLAMIM NË PIKAT E SHITJES

POSTPRODUCTION

A final stage in the production of an advertisement, film or a television program, occurring after the action has been filmed and typically involving editing, addition of soundtracks, graphics and special effects.

Faza e fundit në prodhimin e një reklame, filmi ose programi televiziv, e cila paraqitet pasi të jetë kryer xhirimi. Zakonisht, post-produksioni përfshin editimin, vendosjen e kolonave zanore, të grafikave dhe të efekteve speciale.

POST-PRODUKSION

PRESENTATION

An advertising agency organizes a presentation before the client to present their ideas for the ad or the advertising campaign.

Agjencia e reklamimit organizon prezantimin e ideve para klientit për reklamë ose fushatë.

PREZANTIM

PRODUCT DIFFERENTIATION

Developing unique product differences with the intent to influence demand.

Zhvillimi i karakteristikave të veçanta të një produkti, me qëllim që të influencojë kërkesën për atë produkt.

DIFERENCIM PRODUKTI

PRODUCT LIFE CYCLE

A marketing theory in which products or brands follow a sequence of stages including introduction, growth, maturity, and sales decline.

Një teori e marketingut, në të cilën produktet ose markat kalojnë nëpër disa faza, duke përfshirë paraqitjen, rritjen, pjekjen dhe rënien e shitjes.

CIKËL I JETËS SË PRODUKTIT

PRODUCT POSITIONING

The consumer perception of a product or service as compared to it's competition.

Perceptimi i një produkti a shërbimi nga klienti, krahasuar me atë të produktit a shërbimit konkurrent.

POZICIONIM I PRODUKTIT

PROMOTION

All forms of communication other than advertising that call attention to products and services by adding extra values toward the purchase. Includes temporary discounts, allowances, premium offers, coupons, contests, sweepstakes, etc.

Të gjitha format e komunikimit, përveç reklamimit, të cilat drejtojnë vëmendjen nga produktet dhe shërbimet, duke ua shtuar vlerën e shitjes. Këto përfshijnë ulje të përkohshme çmimesh, oferta promocionale, lojë shpërblyese, kupona, gara, etj.

PROMOCION

PROMOTIONAL MIX

Using several different types of communication to support marketing goals which include Advertising, Personal selling, Publicity and Sales promotions.

Përdorimi i llojeve të ndryshme të komunikimit, për të përkrahur synimet e marketingut, që përfshijnë reklamimin, shitjen personale, publicitetin dhe promocionet e shitjes.

MIKS PROMOCIONAL

PUBLICITY

A type of public relations in the form of a news item or story which conveys information about a product, service or idea in the media.

Lloj i marrëdhënieve me publikun në formë të artikullit të lajmeve ose të tregimit, që jep informata për një produkt, shërbim ose ide nëpërmjet mediave.

PUBLICITET

PUBLIC RELATIONS

Using the news or business press to carry positive stories about a company or a product. Cultivating a good relationship with local press representatives.

Përdorimi i lajmeve ose mediave të shtypit për biznes, për të shkruar artikuj pozitivë për një kompani ose produkt. Kultivimi i marrëdhënieve të mira me përfaqësuesit e mediave të shkruara.

MARRËDHËNIE ME PUBLIKUN

QUALITATIVE RESEARCH

A method research that emphasizes the quality of meaning in consumer perceptions and attitudes; for example, in-depth interviews and focus groups.

*Metodë hulumtimi që vë në pah domethënien e perceptimit dhe qëndrimit të klientit. Për shembull, **intervista** dhe **grupe fokusi** të vogla.*

HULUMTIM KUALITATIV (SUBJEKTIV)

QUALITY CONTROL

An ongoing analysis of operations, to verify goods or service meet specified standards, or to better answer customer and/or user complaints.

Analiza të vazhdueshme, për të verifikuar nëse ndonjë mall a shërbim i përmbush standardet e caktuara ose për t'iu përgjigjur sa më mirë ankesave të klientit dhe/ose konsumatorit.

KONTROLL CILËSIE

“Advertising people who ignore research are as dangerous as generals who ignore decodes of enemy signals.”

DAVID OGILVY

“Krijuesit e reklamave që injorojnë hulumtimin janë po aq të rrezikshëm sa gjeneralët që injorojnë dekodimet e sinjaleve të armikut.”

QUANTITATIVE RESEARCH

Research involving the use of structured questions where the response options have been predetermined and a large number of respondents is involved. By definition, measurement must be objective, quantitative and statistically valid. Simply put, it's about numbers, objective hard data.

Hulumtim që përdor pyetje të strukturuara, ku opsionet e përgjigjeve janë të paracaktuara, dhe ku përdoret një numër personash të intervistuar. Matjet duhen të jenë objektive, sasiore dhe të vlefshme statistikisht. Thënë thjesht, ky hulumtim përdoret për nxjerrjen e numrave dhe të dhënave objektive.

HULUMTIM SASIOR (OBJEKTIV)

QUESTIONNAIRE

A document that is used to guide what questions are to be asked respondents and in what order, sometimes lists the alternative responses that are acceptable.

Dokument që përmban një listë pyetjesh të drejtuara të intervistuarve. Ndonjëherë, paraqitet si listë me përgjigje alternative të pranueshme.

PYETËSOR



RANGE

The maximum distance a consumer is ordinarily willing to travel for a good or service; as such it determines the outer limit of a market area.

Distanca maksimale, të cilën një konsumator është në gjendje ta kalojë për një mall a shërbim. Si e tillë, përcakton kufirin e jashtëm të një zone tregtare.

RREZESHTRIRJE

RATE CARD

Information cards, provided by both print and broadcast media, which contain information concerning advertising costs, mechanical requirements, issue dates, closing dates, cancellation dates, circulation data, etc.

Lista informative, të lëshuara nga mediat e shkruara, stacionet televizive dhe radiot, të cilat përmbajnë informata mbi çmimet e reklamimit, kërkesat mekanike, të dhënat e lëshimit, mbylljes, anulimit, qarkullimit, etj.

LISTË TARIFASH

REFERENCE GROUP

A group of people or organization of which an individual respects, identifies with, or aspires to join, e.g., membership or associative groups.

Grup njerëzish ose një organizatë që një individ e respekton, identifikohet me të ose synon t'i bashkohet. P.sh. shoqatat ose bashkësitë e ndryshme.

GRUP REFERENCE

SHELF LIFE

The length of time estimated or surveyed for which a reader keeps a publication. Magazines generally maintain a higher shelf live than newspaper.

Koha e përafërt brenda të cilës lexuesi ruan një publikim. Revistat zakonisht kanë jetëgjatësi më të lartë në raft sesa gazetat.

JETËGJATËSI RAFTI

SLOGAN

The verbal or written part of an ad message that summarizes the main idea in a few memorable words - a tag line.

Pjesa e folur ose e shkruar e një porosie reklamuese, e cila e jep idenë kryesore me disa fjalë që mbahen mend - parullë.

SLOGAN

STRATEGIC MARKET PLANNING

The planning process that yields decisions in how a company can best compete in the markets it elects to serve. The strategic plan is based upon the totality of the marketing process.

Procesi i planifikimit që çon në marrjen e vendimeve se si një kompani mund të marrë pjesë më së miri në një treg të përzgjedhur. Plani strategjik bazohet në tërësinë e procesit të marketingut.

PLANIFIKIM STRATEGJIK I TREGUT

SUBLIMINAL PERCEPTION

An advertising message presented below the threshold of consciousness. A visual or auditory message that is allegedly perceived psychologically, but not consciously.

Një porosi reklamuese që ndikon në subkoshiencë. Porosi pamore ose zanore, e cila kapet psikologjikisht, por jo me vetëdije.

PERCEPTIM I SUBKOSHIENCËS

TACK ON

A card, page, folded flier, etc., attached by a glue strip to a page of a publication. Designed to be easily removed by readers. Used for direct response advertising. Often overlays a display ad by the same advertiser.

Kartë, faqe, fletushkë e palosur, etj.,e ngjitur në një faqe të ndonjë publikimi të shtypur. I dizajnuar që lexuesi ta heqë lehtë nga faqja. Përdoret për reklamim që kërkon përgjigje direkte nga klienti. Më së shumti përdoret mbi ndonjë reklamë shtypi të të njëjtit reklamues.

THUMB

TAG LINE

A slogan or phrase that visually conveys the most important product attribute or benefit that the advertiser wishes to convey. Generally, a theme to a campaign.

Slogan ose frazë, e cila vizualisht reflekton tiparin ose përparësinë më të rëndësishme të një produkti, të cilën reklamuesi dëshiron ta bëjë të dallueshme. Zakonisht, parulla është motivi i një fushate.

PARULLË

TARGET AUDIENCE

A specified audience or demographic group for which an advertising message is designed.

Audienca specifike ose grupi demografik, të cilit i dedikohet një porosi reklamuese.

AUDIENCË E SYNUAR

TARGET MARKET

A group of individuals whom collectively, are intended recipients of an advertiser's message.

Grup individësh të cilëve, kolektivisht, u dedikohet një porosi reklamuese.

TREG I SYNUAR

UNIQUE SELLING PROPOSITION **USP**

The unique product or service benefit that the competition can not claim.

Përparësia unike e produktit ose e shërbimit, të cilin nuk e ka konkurrenca.

PËRPARËSI UNIKE

VERTICAL PUBLICATIONS

Editorial content that deals with the interests of a specific industry.

Editoriale që kanë përmbajtje me interes në industrinë specifike.

PUBLIKIME VERTIKALE

VISION

A guiding theme that articulates the nature of the business and its intentions for the future, based upon how management believes the environment will unfold. A vision is informed, share, competitive and enabling.

Formulim që e bën të qartë natyrën e biznesit dhe qëllimet për të ardhmen, i bazuar në atë se si menaxhuesit mendojnë se do të zhvillohet tregu. Vizioni është informativ, i përbashkët, konkurrues dhe i mundshëm.

VIZION

VOICEOVER

Various voice over artists lend their voice for commercials. Voiceover is the voice behind an ad.

Zëri i aktorëve të ndryshëm që përdoret për reklama. Narratori është zëri i një reklame.

NARRATOR



WORD OF MOUTH ADVERTISING

Advertising that occurs when people share information about products or promotions with friends.

Reklamimi që ndodh kur njerëzit u shpërndajnë shokëve informata rreth produkteve ose promocioneve.

REKLAMIM ME FJALË GOJE

WEAR OUT

The point reached when an advertising campaign loses it's effectiveness due to repeated overplay of ads.

Pika e arritur, kur një fushatë reklamuese e humb efektin e saj për shkak të ritransmetimit të tepruar të reklamave.

REKLAMË E KONSUMUAR



INDEKSI SHQIP

INDEKSI SHQIP

INDEKSI SHQIP

INDEKSI SHQIP

INDEKSI SHQIP

THE LITTLE RED BOOK

Digital Glossary

LIBRI I VOGËL I KUQ

Fjalorth digjital

Ogilvy

“Encourage innovation.
Change is our lifeblood.
Stagnation our death knell.”

DAVID OGILVY

“Inkurajo risitë.
Ndryshimi është gjaku i jetës sonë.
Ndalja këmbana jonë e vdekjes.”

AD SPACE

Specific location(s) within a website where an ad can be placed. You can have several ad spaces on one page, as well as within one site.

Vend(e) specifik(e) përbrenda nje website-i ku mund të vendoset një reklamë. Mund të jenë disa hapësira reklame në një webfaqeje ose brenda tërë website-it.

AJAX ASYNCHRONOUS JAVASCRIPT AND XML

It's how you can change a piece of content on a page by fetching info from a server without re-fetching the entire page at the same time.

Mënyra se si ndryshon vetëm një pjesë e webfaqes, duke marrë informata prej serverit, pa pasur nevojë të rifreskohet krejt faqja.

APPLET

*A small **Java** program you can drop into an HTML page. It can't access local resources, like files, modems and printers, and isn't allowed to talk to the computers across the network.*

*Një program i vogël **Java,** i cili inkorporohet brenda faqes HTML. Nuk mund t'u qaset resurseve lokale, si: skedave, dosjeve, modemëve e printerëve dhe nuk i lejohet të komunikojë me kompjuterët e tjerë brenda rrjetit.*

AVATAR

*An Internet alter ego used for games, chatting, etc. Generally cuter, with a better body and cooler hair than its human counterpart. Popularized by **Neal Stephenson**, in his 1992 novel, **Snowcrash**.*

*Vetvetja virtuale në internet, që përdoret për lojë, chat, etj. Zakonisht më e bukur, me trup më të mirë dhe flokë më "cool" sesa në realitet. U popullarizua nga **Neal Stephenson,** me romanin e tij **Snowcrash,** botuar më 1992.*

BANDWIDTH

*The amount of data, measured in **bits** or **bytes**, that a connection can get from one place to another in a given period of time. In this case, bigger is better.*

*Sasia e të dhënave, të matura me **bite** (bits) ose **bajte** (bytes), të cilat një lidhje interneti mund t'i bartë nga një vend në tjetrin brenda një periudhe të caktuar kohore. Në këtë rast, sa më shumë, më mirë.*

BANNER AD

A graphical web advertising unit, typically a large headline or title extending across the full page width often measuring 468 pixels wide and 60 pixels tall.

Njësi reklamuese grafike në internet, zakonisht në formë të një titulli të madh, e shtrirë përgjatë tërë gjerësisë së faqes, më shpesh me dimensione 468 piksele e gjerë dhe 60 piksele e lartë.

BLOG

A self-published online journal.

Ditar i vetëpublikuar në internet.

BLOGOSPHERE

*A universe composed entirely of **blogs** and bloggers.*

*Një hapësirë e përbërë nga **blogët** dhe **bloguesit**.*

BROADBAND

Refers to any connection faster than dial-up.

Çdo lidhje interneti më e shpejtë se ajo me modem/linjë telefoni (dial-up).

BROWSER

A window into the entire Internet. These are the programs that translate HTML, allowing you to view websites. Examples include Firefox, Safari, Explorer, Netscape, Google Chrome, etc.

Dritarja e tërë internetit. Këto janë aplikacione që e përkthejnë HTML-në duke e bërë një website të shikueshëm. Shembuj të këtyre aplikacioneve janë Firefox, Internet Explorer, Netscape, Safari, Google Chrome, etj.

BUFFERING

The act of "holding" onto some data while it is being moved from one place to another. This is the reason your streaming music and video files can start immediately, and then stop, causing you to wait for them to restart, rather than making you wait longer until they start in the first place.

Procesi i "mbajtjes" së disa prej të dhënave, ndërsa barten nga një vend në tjetrin. Kjo është arsyeja pse nganjëherë file-at muzikorë ose ata video fillojnë menjëherë drejt nga interneti, pastaj ndalen, duke ju lënë që të prisni të rifillojnë, në vend të prisni më gjatë derisa të fillojnë e mbarojnë pa ndërprerje.

CACHING

A method computers use to save themselves work by storing frequently accessed web files.

Metodë që kompjuterët e përdorin për të kursyer kohë e resurse, duke i ruajtur nga interneti file-at e faqeve që hapen më shpesh.

CHAT

When two or more people talk to each other in real time on the web by typing.

Kur dy ose më shumë njerëz flasin me njëri-tjetrin nëpërmjet tastierës.

CLICK

*The act of clicking your mouse – but even more complicated! Advertisers around the world have identified three kinds of clicks: **clicking through**, which means your click sends you to another page; **in-unit clicking**, which means your click sends you to another part of the ad; and **mouseover-ing**, which really isn't clicking at all, but usually causes an ad to expand.*

*Akti i të klikuarit të miut, por paksa më e komplikuar se kaq! Reklamuesit nëpër botë kanë identifikuar tri lloje të të klikuarit: **klik përtej**, që d.m.th. se kliku të çon në faqe tjetër; **klik përbrenda,** që d.m.th. se kliku të çon në një pjesë tjetër të reklamës; **miu-sipër;** që, në fakt, nuk është klik, por kur kalon sipër reklamës e zmadhon atë.*

COOKIE

A tiny file a website can drop in a user's hard drive, from which it gathers information about said user, like ID info, shopping cart info, etc. Cookies can be temporary or last until the user deletes it.

Një file i vockël, të cilin një website e lë në diskun e përdoruesit dhe nga i cili nxjerr informacione për atë përdorues, si informata të identitetit, informata në shportën e blerjes, etj. Cookie-t janë të përkohshëm ose zgjasin derisa të fshihen nga përdoruesi.

CPC COST PER CLICK

When advertisers pay for ad space only when somebody clicks on their ad.

Kur reklamuesit paguajnë për një reklamë vetëm nëse dikush klikon në reklamën e tyre.

CRM CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING

Marketing intended to increase customer investment and loyalty. Sometimes used to refer to any communication plan.

Marketing me qëllim që të rrisë përfshirjen dhe besnikërinë e konsumatorit. Nganjëherë ky term i referohet planit të komunikimit.

CSS CASCADING STYLE SHEET

*A separate document that dictates the **fonts, layouts** and **other visual** information about a web page. The document uses CSS, a language that divorces the look and feel from the content and lets you address each on its own.*

*Një dokument i veçuar, i cili i dikton **fontet** (stilin e shkrimit), **pamjen, ngjyrat** dhe **informatat e tjera vizuale** të një website-i. Ky dokument përdor CSS, një gjuhë që e shkëput formën prej përmbajtjes, duke i bërë këto të dyja entitete në vetvete.*

“I do not regard advertising as
entertainment or an art form,
but as a medium of information.”

DAVID OGILVY

“Nuk e konsideroj reklamimin
një zbavitje apo një formë arti,
por një medium informacioni.”

DOMAIN

A name that identifies one or more IP addresses.

Një emër që identifikon një ose më shumë adresa IP.

DRILL DOWN

When a user goes deeper into the content of a website.

Kur përdoruesi hyn thellë e më thellë brenda një website-i.

DYNAMIC AD PLACEMENT

When you can rotate out different ads in your ad space based on the info at hand. So the more info the site has given you on the user, the more you can place just the right ad in front of just the right user.

Kur ndërron reklama në website bazuar në informatat që ka për përdoruesin. Sa më shumë informata që ka website për përdoruesin, aq më lehtë është të vendoset reklama e qëlluar për atë përdorues.

EMOTICONS EMOTIKONA

:)	*Smile.*	*Buzëqeshje.*
;)	*Wink.*	*Mbyll një sy.*
:(	*Sad.*	*Pikëllim.*
:D	*Big smile.*	*Buzëqeshje e madhe.*
:-*	*Kiss.*	*Puthje.*
:-|	*Disappointed.*	*Dëshpërim.*
:-()	*Shout.*	*Britmë.*
(_)3	*Beer.*	*Birrë.*
<:O)	*Party.*	*Festë.*
@-}--	*Rose.*	*Trëndafil.*

DYNAMIC ROTATION

Randomly rotating ads.

Reklama që ndryshojnë sipas rastësisë.

EMOTICON :)

A combination of characters that form a facial expression.

Kombinim simbolesh që formojnë shprehje fytyre a emocioni.

EXPANDABLE BANNER

An ad that gets bigger when your user clicks on it or rolls over it.

Reklamë që rritet kur përdoruesi klikon ose e lëviz miun sipër saj.

FIREWALL

The imaginary security wall that protects your computer from the dangerous programs on the Internet. Traffic is kept out or let in based on a complex set of rules.

Një mur fiktiv sigurie, që mbron kompjuterin nga programet e rrezikshme në internet. Trafiku bllokohet ose lejohet me ndihmën e një grupi rregullash komplekse.

D
F

FLASH

Once an application used to torment users with long loading times, embarrassingly amateur animations and stock music, Flash has since developed into a powerful scripting and visual display tool.

Dikur një aplikacion që i torturonte përdoruesit ndërsa e prisnin të shkarkohej, me animacione skandaloze e muzikë të tmerrshme, Flash-i sot është zhvilluar në një aplikacion të fuqishëm me gjuhë të veten programimi (ActionScript) dhe me grafika cilësore.

FTP FILE TRANSFER PROTOCOL

Refers to the language used to transfer files between computers on the World Wide Web.

Gjuha që përdoret për të transferuar file-at ndërmjet kopjuterave në World Wide Web.

HIT

When a user visits a website.

Kur një përdorues viziton një faqe.

HTML HYPER TEXT MARKUP LANGUAGE

Tells your web browser what to display so you see a web page rather than a bunch of words and brackets. At the root, the content of a page you're seeing.

Gjuhë programimi që i tregon browser-it se çfarë të shfaqë një website në ekran, në vend të shumë fjalëve dhe kllapave. Thjesht, është përmbajtja e një webfaqeje që sheh.

IMPRESSION

When somebody looks at an ad on a website.

Term që përdoret kur dikush e sheh një reklamë në website.

INFORMATION ARCHITECTURE

A site without information architecture would be like a library with all the books thrown in a big pile. That's why you need an information architect, whose responsibility is to figure out what a site actually does and how people are going to get around it, and then put together a blueprint, usually a site map, that everybody else can work from. If an interface, interaction, navigation, and design aren't built on a solid foundation, then the website is not properly built.

Një website pa strukturë informatash do të ishte si një bibliotekë me shumë libra të mbledhur grumbull në një vend. Prandaj nevojitet arkitekti i informatave, detyra e të cilit është të strukturojë një website dhe të caktojë si do të funksionojë ai website dhe si do të gjenden përdoruesit kur të futen në të. Pastaj krijon një plan, zakonisht hartë website-i (site map), në të cilën bazohen të gjithë që punojnë me të. Nëse një website nuk duket mirë vizualisht, nuk ka ndërveprim të duhur dhe nuk navigohet dot, atëherë, ky website nuk është ndërtuar mirë.

INTRANET

A private network that is contained within an enterprise. Typically, an intranet includes connections through one or more gateway computers to the outside Internet. The main purpose of an intranet is to share company information and computing resources among employees.

Rrjet privat kompjuterik, i vendosur brenda një kompanie a institucioni. Zakonisht, intraneti përmban lidhje nëpërmjet një a më shumë kompjuterëve për internet të jashtëm. Qëllimi kryesor i një intraneti është të ndahen informata për kompaninë dhe resurse kompjuterike ndërmjet punëtorëve.

IP ADDRESS INTERNET PROTOCOL

A series of numbers hiding underneath the web addresses humans use (i.e. www.website.com) that allow computers to identify each other. Every IP address is unique.

Varg numrash që fshihen prapa çdo web-adrese të përdorur nga njerëzit (si www.website.com), e që u mundëson kompjuterëve ta identifikojnë njëri-tjetrin. Çdo IP adresë është unike.

JAVASCRIPT

A language that runs on your users' computers, often in tandem with HTML. The user's computer shares the processing load – as opposed to the host server.

Gjuhë programimi që ekzekutohet në kompjuterin e përdoruesit, shpesh në bashkëpunim me HTML. Kompjuteri i përdoruesit, dhe jo serveri, ngarkohet me ekzekutimin e programit.

JUMP PAGE

A little microsite that you "jump to" from an online ad. Jump pages let you seed content that matches what you've already written, and are also an easy way to track who's coming from which ad. Popular for registering users and contests.

Një mikrosite që lejon përdoruesin të "kërcejë" nga një reklamë në website. ***Jump page*** *mbledh informatat që përdoruesi mund t'i ketë dhënë, duke bërë të mundur të identifikohet se nga cila reklamë vjen përdoruesi. Shpesh përdoret për të regjistruar përdorues dhe lojëra shpërblyese.*

LINK ROT

When your links are so old, they don't get anybody anywhere anymore. This is not the best strategy for encouraging return visits to a website.

Vegëz (link) aq e vjetër, sa kur klikohet nuk të çon askurrkund. Nuk është strategji e mirë që pronari i një website-i me vegëza të tilla të shpresojë se do t'i rikthehen përdoruesit.

MASH-UP

When you take one application and combine with another to create a super-function. For example, if you mashed up a local crime statistics page with a Google map, you'd be able to see exactly where each report took place. Check out a whole bunch of them at ***mashupawards.com****.*

Kur e përdor një aplikacion në kombinim me një tjetër, për të krijuar një super-funksion. Fjala vjen, po t'i përziesh disa statistika të krimit me një hartë Google, mund të shohësh saktë se ku ka ndodhur secili krim. Shembuj interesantë në ***mashupawards.com.***

MOUSEOVER

An action that happens when you move your mouse over something. Mouseovers cause whatever you're looking at to change - a link can light up, a menu drop down or a banner expand. A mouseover is a signal that there's more information to come.

Akti që ndodh kur përdoruesi lëviz miun sipër diçkaje në website. ***Miu-sipër*** *ia ndryshon pamjen elementeve kur vjen sipër – vegëza (link) mund të ndërrojë ngjyrën, menyja të hapet teposhtë ose ndonjë banner të rritet.* ***Miu-sipër*** *është indikator se ka informata shtesë kur klikohet elementi poshtë tij.*

“ Advertising reflects the mores of a society, but it does not influence them. ”

DAVID OGILVY

“ Reklamimi reflekton doket dhe zakonet e një shoqërie, por nuk i ndikon ato. ”

M

OPT IN / OPT OUT

This is the word to describe whether or not a user wants to subscribe (opt in) or unsubscribe (opt out) from a newsletter or mailing. It can also refer to an advertising email list users are subscribed to without their permission.

Kjo fjalë përshkruan situatën, kur një përdorues zgjedh të abonohet (opt in) ose ta anulojë abonimin (opt out) në ndonjë buletin a listë emailash. I referohet edhe situatës kur përdoruesit abonohen në një listë emailash me reklama pa dëshirën e tyre

PODCAST IPOD AND BROADCAST

Kind of like the renaissance of shortwave radio. These are often distributed via RSS feed, and can be syndicated, subscribed to, and downloaded automatically.

E ngjashme me rilindjen e radios. Këto shpesh shpërndahen nëpërmjet RSS dhe mund të paguhen, abonohen dhe të shkarkohen automatikisht.

O
P

PORTAL

A single web page that serves as an entrance to many others, usually on a similar subject. It can be the starting point for a long user session, which means that if you build one that people use, you've got an audience that could spend hours on it and keep coming back for more. Popular portals are search sites, like ***yahoo.com****; local directories for a specific city; news, weather, stock, entertainment, and any subject users could possibly imagine.*

Një website i vetëm që shërben si derë për shumë website të tjera, shpesh me përmbajtje të ngjashme. Mund të jetë fillimi i një seance të gjatë përdoruese, që d.m.th. kur futet një përdorues brenda në website, mund të qëndrojë aty me orë të tëra dhe të kthehet prapë më vonë. Portale të njohura janë websitet për kërkim, si ***yahoo.com****, si dhe doracakët e një qyteti specifik, websitet e lajmeve, ekonomisë, argëtimit ose të çfarëdo teme tjetër.*

QUERY

This is the term for asking a question of a database of information. In the code, a programmer would write a query to, say, give you all the subscribers in France, or another query to find subscribers in Germany.

Ky është term që përdoret për të kërkuar përgjigje nga një bazë të dhënash. Në një gjuhë programimi, programuesi do të shkruante një kërkesë (query) p.sh., për t'i listuar të gjithë abonentët në Francë ose një kërkesë tjetër për abonentët në Gjermani.

RE-DIRECT

A method of translating one page to another – like an automatic detour. For example, typing ***kraftsingles.com*** *into your browser will redirect you to* ***www.kraftfoods.com/kraftsingles****.*

Metodë që e drejton një website në një tjetër. Për shembull, nëse përdoruesi e shkruan ***kraftsingles.com*** *ajo e drejton në* ***www.kraftfoods.com/kraftsingles.***

RICH MEDIA

It's a web communication that can incorporate sound, interactivity, animation and video. Rich media ads are the best of online ads (of course, if they're functional and well-designed). Very often rich media does not cost any more to place than standard media.

Komunikim interneti që inkorporon zë, ndërveprim, animacion dhe video. Reklamat e këtij lloji janë reklamat më të mira në internet (natyrisht, nëse janë funksionale dhe të dizajnuara mirë). Shpesh, publikimi i këtij lloji reklamash nuk kushton më shumë sesa i atyre standarde.

RSS FEED RICH SITE SUMMARY

It's a little piece of code that allows you to dynamically pull information from one site and display it elsewhere. This can allow you to frequently pull changed content for the average users, like news headlines, blog entries or even podcasts.

Një program i vogël që mundëson shkarkimin e informatave nga një website për t'i vendosur diku tjetër. Kjo ua mundëson përdoruesve shkarkimin e informatave që ndryshojnë shpesh, si: titujt e lajmeve, shkrimet në blog, madje edhe podcast-et.

SERVER

A computer that receives requests from many small computers on a network or the Internet, and provides information back to the user's computer.

Kompjuter që pranon kërkesa nga shumë kompjuterë të vegjël në rrjet a internet dhe ia ofron ato informata përdoruesve në kompjuterët e tyre.

SKINS

*A new look and feel, the common name for the front end, or visual aspects of the site, created by a **style sheet**. Often customizable or interchangeable, you can use them to change the look of your browser, chat programs, etc.*

*Dukje e re, emër që përdoret shpesh për dukjen e një website-i, të krijuar nga **style sheet**-at. Shpesh mund të ndryshohen a të shkëmbehen dhe mund të përdoren për t'ia ndryshuar pamjen browser-ëve, programeve të chat-it, etj.*

SMART CARD

The same size and shape as a credit card but uses a different technology to store information. It is much more like a tiny hard drive, with an embedded microprocessor inside, than it is a credit card, which has a magnetic stripe that can be overwritten.

Me madhësi dhe formë të njëjtë si të kartës së kreditit, por që përdor teknologji tjetër për të ruajtur informata. I ngjan më shumë një disku magnetik, me një mikroprocesor brenda, sesa kartës së kreditit, e cila ka shirit magnetik që mund të ndryshohet.

SMS SHORT MESSAGE SERVICE

This is a system for sending short text messages to mobile phones.

Sistem për dërgimin e porosive të shkurtëra tekstuale nëpërmjet telefonit mobil (celularit).

SOCIAL NETWORKING SITE

These sites have forever changed the way people interact on the web. A website where people can create their own pages and talk to each other, post comments about each other, discover new media, date each other, pass around music, pretend to be attractive 18-year-old girls, etc.

Këto website e kanë ndryshuar rrënjësisht mënyrën se si njerëzit komunikojnë në internet. Këto janë website ku njerëzit mund të krijojnë faqet e tyre dhe të flasin me njëri-tjetrin, të zbulojnë media të reja, të takohen me njëri-tjetrin, të shkëmbejnë muzikë, të shtiren se janë vajza të bukura 18 vjeçare, etj.

SPAM

Unwanted email delivered to a user. Usually sent in large amounts by a bulk server. Many email programs use filters to make guesses as to what is spam and what is real mail.

Email i padëshirueshëm që i dërgohet një përdoruesi. Shpesh dërgohet me sasi të mëdha nga një server. Shumë aplikacione e-maili përdorin filtra për të gjetur nëse një email është spam ose e-mail i vërtetë.

SPLASH PAGE

An outdated web practice where the first page is a logo or animation that is the gateway to the rest of the site.

Praktikë e vjetëruar, ku faqja e parë me një logo ose animacion shërben si hyrje për në faqen kryesore të website-it.

STATIC AD

Like a billboard on the web - an ad without movement or sound. If it's compelling enough, there's no reason it can't be every bit effective as a simple Flash ad.

Reklamë që nuk lëviz dhe nuk ka zë, si një "billboard" në web. Nëse punohet mirë, mund ta ketë të njëjtin efekt sa një reklamë e thjeshtë e punuar në Flash.

STREAMING

A process of sending parts of information as they're needed to the user, rather than waiting for the entire package.

Procesi i dërgimit të pjesëve të informatave sipas nevojës së përdoruesit në atë moment, duke mos pasur nevojë të pritet shkarkimi i informatës së plotë.

TARGET AUDIENCE

The group of people intended to be addressed by your website. More important than in many other media because they can choose to be involved in your brand directly.

Grupi i njerëzve ,të cilëve u dedikohet website-i. Më e rëndësishme sesa mediat e tjera, sepse përdoruesi mund të komunikojë me markën e website-it sipas dëshirës.

TOTAL VISITS

The number of visits to a website made by any user over a specified period of time.

Numri i vizitave në një website të bëra nga përdoruesit gjatë një kohe të caktuar.

URL UNIFORM RESOURCE LOCATOR

Basically, a web address. These can be bought for periods of time and redirected to the server of your choice.

Thjesht, web adresa. Këto mund të blihen për periudha të caktuara kohore dhe t'i drejtohen cilitdo server.

*“Never stop testing, and
your advertising will
never stop improving.”*

DAVID OGILVY

*“Kurrë mos ndalo së testuari,
dhe reklamat e tua kurrë
s’do të reshtin së përmirësuari.”*

USABILITY

How easy or difficult it is to use something. In this case, a website or another digital application.

Sa e lehtë apo e vështirë është të përdoret diçka. Në këtë rast, një website apo ndonjë aplikacion tjetër digjital.

USER INTERFACE

What the common person understands as the web page. This is the graphical environment that the user sees when interacting with the functionality of a site or digital application. It's what they will usually complain about first.

Gjëja që një njeri i rëndomtë e kupton si webfaqe. Kjo është pamja vizuale të cilën përdoruesi sheh kur e përdor një website apo aplikacion tjetër digjital. Pamja vizuale është gjëja e parë për të cilën përdoruesit mund të ankohen.

WEBSITE OR WEB SITE

A set of interconnected webpages, usually including a homepage, generally located on the same server, and prepared and maintained as a collection of information by a person, group, or organization.

Grup i webfaqeve të ndërlidhura, që zakonisht përmban një faqe hyrëse, në raste të shpeshta të ruajtura në të njëjtin server, të pregatitura dhe të mirëmbajtura si grumbull informatash nga një njeri, grup apo organizatë.

WEB PAGE

A document on the World Wide Web, consisting of an HTML file and any related files for scripts and graphics, and often hyperlinked to other documents on the Web.

Dokument në World Wide Web, i përbërë nga një HTML file dhe file të tjera shoqëruese për skripte ose grafikë, i cili shpesh përmban vegëza që e lidhin me dokumente tjera në web.

WIKI

A blog where any users can add, modify or delete content - a living, open source document. Usually used by a group of users to create a reference that any one of them can add to, edit, or delete. ***Wikipedia (www.wikipedia.com)*** *is probably the most famous example.*

Një blog që çdo përdorues mund t'ia shtojë, ndryshojë ose fshijë përmbajtjen – një dokument i gjallë që ndryshon përherë. Zakonisht, përdoret nga një grup përdoruesish, të cilët i japin të drejta njëri-tjetrit të shtojnë, të ndryshojnë ose të heqin informata. ***Wikipedia (ewww.wikipedia.org)*** *është shembulli më i mirë.*

XML EXTENSIBLE MARKUP LANGUAGE

A flexible way to create common information formats and share both the format and the data on the World Wide Web, intranets, and elsewhere.

Një mënyrë fleksibile për të krijuar formate të përbashkëta informative, për të ndarë të dhënat në World Wide Web, intranete dhe të tjera.



USEFUL WEBSITES WEBSITE PRAKTIKE

REFERENCE REFERENCË

www.about.com
www.amazon.com
www.blogger.com
www.ehow.com
www.google.com
www.readymade.com
www.martindalecenter.com
www.mashery.com
www.soyouwanna.com
www.thedailyplate.com
www.wikipedia.org
www.whichbook.net
www.wonderhowto.com

SOCIAL SOCIALE

www.facebook.com
www.flickr.com
www.flixter.com
www.habbohotel.com
www.linkedin.com
www.twitter.com
www.youtube.com
www.wordpress.com

ALBANIAN SHQIP

www.balkanweb.com
www.kosovothanksyou.com
www.monitor.al
www.newborn-kosova.com
www.newsofalbania.net
www.mollakuqe.wordpress.com
www.peshkupauje.com
www.prishtina-komuna.org
www.revistekompjuteri.com
www.rtklive.com
sq.wikipedia.org
www.telegrafi.com
www.tirana.gov.al

NEWS LAJME

www.balkaninsight.com
www.bbc.co.uk
www.cnn.com
www.economist.com
www.forbes.com
www.guardian.co.uk
www.newkosovareport.com
www.nytimes.com

USEFUL WEBSITES WEBSITE PRAKTIKE

DESIGN DIZAJN

www.adobe.com
www.aiga.org
www.computerarts.co.uk
www.dafont.com
www.dandad.co.uk
www.designiskinky.net
www.designobserver.com
www.deviantart.com
www.eyemagazine.com
www.interfacelift.com
www.k10k.net
www.logopond.com
www.pantone.com
www.typophile.com
www.ventilate.ca

HUMOUR HUMOR

www.atom.com
www.failblog.org
www.joecartoon.com
www.theonion.com
www.thespoof.com
www.wastednews.com

MARKETING & REKLAMIM

www.adage.com
www.adsoftheworld.com
www.adweek.com
www.canneslions.com
www.clioawards.com
www.creativity-online.com
www.fastcompany.com
www.inc.com
www.knowthis.com
www.marketingterms.com
www.marketingtrends.org
www.marketingpower.com
www.mindshare.com
www.ogilvy.com
www.ogilvyal.com

TECHNOLOGY TEKNOLOGJI

www.apple.com
www.cnet.com
www.gsmarena.com
www.techrepublic.com
www.wired.com
www.zdnet.com

THE LITTLE RED BOOK

Company information

LIBRI I VOGËL I KUQ

Info mbi kompaninë

Ogilvy

“First, make yourself a reputation for being a creative genius. Second, surround yourself with partners who are better than you are. Third, leave them to go get on with it.”

DAVID OGILVY

“Fillimisht, krijoi vetes reputacionin e të qenit gjeni kreativiteti. Së dyti, rrethohu me partnerë më të mirë se ti. Së treti, lëri ta kryejnë punën si të duan.”



OGILVY & MATHER WORLDWIDE www.ogilvy.com

Founded in 1948 by ***David Ogilvy*** *in New York,* ***Ogilvy & Mather*** *is one of the leading advertising, marketing and public relations agencies in the world, owned by the* ***WPP Group****, no.1 communications group in the world.*

The company became a leading worldwide agency by the 1960s. Today Ogilvy & Mather numbers over ***500 offices*** *in* ***130 countries****, with more than* ***14,000 employees*** *working in more than* ***50 languages****.*

Themeluar në vitin 1948 nga ***David Ogilvy*** *në New York,* ***Ogilvy & Mather*** *është një prej agjencive më të mëdha në botë të reklamimit, marketingut dhe marrëdhënieve me publikun, nën pronësi të* ***WPP Group****, grupit nr.1 të komunikimit në botë.*

Kjo kompani u bë agjenci prijëse në botë para viteve '60. Sot, Ogilvy & Mather numëron mbi ***500 zyra*** *në* ***130 shtete****, me më shumë se* ***14.000 të punësuar*** *dhe që flasin më shumë se* ***50 gjuhë****.*

“Don’t bunt. Aim out of the ball park. Aim for the company of immortals.”

DAVID OGILVY

“Mos ngurro. Syno larg. Syno drejt një kompanie të pavdekshme.”



OGILVY iNETWORK

www.imeldaogilvy.com

With Headquartes in Ljublana, Slovenia, ***iNetwork*** *is the group of Ogilvy companies in the Adriatic region.*

Ogilvy & Mather is the only worldwide network present in every Balkans country and Eastern Europe with ***17 offices*** *in Bratislava, Belgrade, Brno, Bucharest, Budapest, Prague, Prishtina, Ljubljana, Kiev, Warsaw, Moscow, St. Petersburg, Sarajevo, Skopje, Sofia, Tirana, Talinn and Zagreb.*

Me qendër në Lubjanë, Slloveni, ***iNetwork*** *është grupi i kompanive Ogilvy në rajonin e Adriatikut.*

Ogilvy & Mather është rrjeti i vetëm global që ka prezencë në çdo shtet të Ballkanit dhe Evropës Lindore, me ***17 zyra*** *në Bratisllavë, Beograd, Bërno, Bukuresht, Budapest, Pragë, Prishtinë, Lubjanë, Kiev, Varshavë, Moskë, Shën Peterburg, Sarajevë, Shkup, Sofje, Tiranë, Talin dhe Zagreb.*

We strive to be the best of
locals among the internationals
and the best of internationals
among the locals.

Ne synojmë të jemi më të mirët
vendorë ndër ata ndërkombëtarë,
dhe më të mirët ndërkombëtarë
ndër ata vendorë.



OGILVY ALBANIA & KOSOVA

www.ogilvyal.com

*Founded in 2003, our company became member of **Ogilvy & Mather Worldwide** network in 2006. Today, we are one of the leading advertisingand marketing communications agencies in Albania and Kosova.*

*Devoted to creative production and innovative use of media, we specialize in **advertising**, **branding & identity**, **graphic design**, **interactive media**, **public relations**, **event management**, **promotions** and **media management**.*

*Themeluar në vitin 2003, kompania jonë u bë pjesë e rrjetit **Ogilvy & Mather Worldwide** në vitin 2006. Sot jemi një prej prijësve në fushën e reklamimit dhe komunikimit të marketingut në Shqipëri dhe Kosovë.*

*Me përkushtim në produksionin kreativ dhe përdorimin inovativ të mediave, ne veçohemi në fushat e **reklamimit**, **krijimit të markës & identitetit**, **dizajnit grafik**, **medias interaktive**, **marrëdhënieve me publikun**, **menaxhimit të evenimenteve**, **promocioneve** dhe **menaxhimit të mediave**.*

“If each of us hires people who are bigger than we are, we shall become a company of giants.”

DAVID OGILVY

“Nëse çdonjëri prej nesh punëson njerëz më të mëdhenj se vetja, do të bëhemi kompani gjigantësh.”



TEAM

*Our greatest asset, **our team**, consists of individuals educated and experienced in management and production of top design, web, print and multimedia products in **London**, **New York**, **Amsterdam**, **Auckland** and **Kuala Lumpur**, applied for world known companies such as Apple, Oracle, NBA, P&G, Mattel, Wal*Mart, Channel 4, Audi, and Cisco Systems. The cumulative team-members' experience abroad totals over **35 years**.*

EKIPI

*Pasuria më e vlefshme për ne, **ekipi ynë**, përbëhet prej individëve me edukim e përvojë në menaxhim dhe produksion për prodhimet më cilësore në dizajn, web, shtyp dhe multimedia në **Londër**, **New York**, **Amsterdam**, **Auckland** dhe **Kuala Lumpur**, të realizuara për kompanitë e njohura botërore si Apple, Oracle, NBA, P&G, Mattel, Wal*Mart, Channel 4, Audi dhe Cisco Systems. Përvoja e përbashkët e punës jashtë vendit që kanë anëtarët e ekipit tonë, arrin një total prej më shumë se **35 vjetësh**.*

“Hire people who are better than you are, then leave them to get on with it. Look for people who will aim for the remarkable, who will not settle for the routine.”

DAVID OGILVY

“Punëso njerëz më të mirë se vetja dhe pastaj lëri ta kryejnë punën si të duan ata. Kërko njerëz që synojnë mrekullira dhe nuk pajtohen me rutinën.”



FISNIK ISMAILI EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR
BSc Multimedia *London United Kingdom*

EDLIRA MALI MANAGING DIRECTOR ALBANIA
MBA *Arkansas USA*

LUAN BERISHA MANAGING DIRECTOR KOSOVA
BA Economics *Kuala Lumpur Malaysia*

JETON MORINA CREATIVE DIRECTOR
BA Advertising *Auckland New Zealand*

VALON SOPAJ INTERACTIVE LEAD
BA Graphic Design *New Jersey USA*

SHKENCA GOÇI CREATIVE LEAD
BA Graphic Design *Michigan USA*

*“The pursuit of excellence
is less profitable than the
pursuit of bigness, but
it can be more satisfying.”*

DAVID OGILVY

*“Të kërkosh madhështinë është
më pak fitimprurëse sesa të
kërkosh rritjen, por, ajo mund
të të sjellë më shumë kënaqësi.”*



INTERNATIONAL AWARDS

We are the only agency in Albania and Kosova, whose creative team has won several prestigious international awards.

ÇMIME NDËRKOMBËTARE

Ne jemi agjencia e vetme në Shqipëri dhe Kosovë, ekipi kreativ i së cilës është shpërblyer me disa çmime prestigjoze ndërkombëtare.

Gold Lion *Cannes France*

Grand Prix Golden Drum *Portorož Slovenia*

Silver Clio *Miami USA*

Silver Eurobest *Stockholm Sweden*

Finalist London International Awards *UK*

Silver Nut Imelda Awards *Ljubljana Slovenia*

Nutty Nut Imelda Awards *Ljubljana Slovenia*

USAID Worldwide Poster of the Year *NYC USA*



360° BRAND STEWARDSHIP®
FUSHATA REKLAMIMI
KRIJIM MARKE DHE IDENTITETI
DIZAJN GRAFIK
WEB DIZAJN DHE ZHVILLIM
MARRËDHËNIE ME PUBLIKUN
MENAXHIM EVENIMENTESH
PROMOCIONE
MENAXHIM MEDIASH
AD CAMPAIGNS
BRANDING AND IDENTITY
GRAPHIC DESIGN
WEB DESIGN AND DEVELOPMENT
PUBLIC RELATIONS
EVENT MANAGEMENT
PROMOTIONS
MEDIA MANAGEMENT
BRAND
MARKA
360° SHËRBIM NDAJ MARKËS®

AD CAMPAIGNS

*The **Brand** is how a customer perceives a product or a service. The **Brand** decides if a product or service in the mind of the customer is young or old, in or out, hot or not, rigid or flexible – or a combination of them all. We create a strong bond between **the Brand** and the consumer through our **360° Brand Stewardship**®, which consists of a number of integrated tools, all executed around **the Brand**.*

FUSHATA REKLAMIMI

***Marka** përcakton se si një konsumator percepton një produkt apo shërbim. **Marka** është ajo që vendos në mendjen e konsumatorit nëse një produkt apo shërbim është i ri a i vjetër, modern a demode, super a palidhje, i shtangët a elastik - apo kombinim i të gjitha këtyre. Ne krijojmë lidhje të forta mes **Markës** dhe konsumatorit nëpërmjet **360° Brand Stewardship**® (**360° Shërbim ndaj Markës**®), që përbëhet nga një numër mjetesh të integruara, të gjitha të implementuara në shërbim të **Markës**.*

Ogilvy

BRANDING AND IDENTITY

__The Brand__ is the soul of a service or a product. It is the relationship that it creates with the consumer.

We explore the core business of our clients, in order to come up with a simple, yet powerful strategy of revealing a new __Brand__ for the client. __The Brand__ is the cornerstone of our clients' future business - the key factor that differentiates our clients from their competition.

KRIJIM MARKE DHE IDENTITETI

__Marka__ është shpirti i një shërbimi apo produkti. Është lidhja që ajo krijon me konsumatorin.

Ne studiojmë thelbin e biznesit të klientëve tanë, në mënyrë që të krijojmë një strategji të thjeshtë, por, njëkohësisht të fuqishme, për ta nxjerrë një __Markë__ të re për klientin. __Marka__ është themeli i të ardhmes së biznesit të klientit tonë - elementi kyç që bën klientin të veçohet nga konkurrenca.



GRAPHIC DESIGN

*Graphic design is what gives a **Brand** its identity. It is a tool of communication that follows **the Brand's** line no matter what the canvas is made of. It is what protects **the Brand** from being distorted.*

*We breed creative people that have a sole responsibility – to promote **the Brand** through outstanding pieces of creative work.*

DIZAJN GRAFIK

*Dizajni grafik është ai që i krijon identitetin **Markës**. Është mjet komunikimi që përcjell vazhdimsinë e **Markës**, pavarësisht prej mediumit se ku aplikohet. Dizajni përkujdeset që **Marka** mos ta humbasë formën e saj.*

*Ne formojmë njerëz kreativë, që kanë një përgjegjësi të vetme: të promovojnë **Markën** nëpëmjet punimeve më të shquara kreative.*

Ogilvy

WEB DESIGN AND DEVELOPMENT

*We consider the innovative use of internet an important element of our **360° Brand Stewardship®** tools. Being a very powerful and cost effective medium, we enjoy exploiting its prospects, communicating **the Brand** directly to the consumer worldwide.*

The websites we build are not just nice-to-have things. The websites we build are powerful generators of our clients' business success.

WEB DIZAJN DHE ZHVILLIM

*Ne e konsiderojmë përdorimin inovativ të internetit si një pjesë të rëndësishme të **360° Shërbimit ndaj Markës®**. Duke qenë se është medium shumë i fuqishëm dhe jo i shtrenjtë, ne ia shfrytëzojmë mundësitë, duke e shpërndarë **Markën** direkt te konsumatori kudo në botë.*

Websitet që ne ndërtojmë nuk janë vetëm një gjë e bukur që duhet ta kesh. Websitet tona janë pjesë e rëndësishme e suksesit të biznesit të klientit tonë.

PUBLIC RELATIONS

*The **Brand** is not only how it is accepted by the consumer through marketing, advertising and/or interactive presence. It is also affected by its communication through electronic and printed media, public in general, even with the competition.*

*We make sure our client's **Brand** creates positive relations through media training, crisis management, press releases and other PR tools.*

MARRËDHËNIET ME PUBLIKUN

***Marka** nuk perceptohet nga konsumatori vetëm nëpërmjet marketingut, reklamimit dhe/ose prezencës në internet. Ajo ndikohet edhe nga komunikimi nëpërmjet mediave të shtypit dhe elektronike, nga populli, madje, edhe nga konkurrenca.*

*Ne sigurohemi që **Marka** e klientit tonë të ndërtojë marrëdhënie të shëndosha, duke ofruar trajnime për media, administrim krizash, komunikata shtypi dhe mjete tjera në shërbim të marrëdhënieve me publikun.*

Ogilvy

EVENT MANAGEMENT

*A successful event often marks a birth of a **Brand**. By targeting specific consumers, organising an event requires delicate planning - from studying the complexity of the **Brand**, to conceptualisation, logistics and coordination of technical aspects.*

*We ensure the whole process runs flawless, organising events that bring the best out of the **Brand**, because, after all, it's all in the detail.*

MENAXHIM EVENIMENTESH

*Një eveniment i suksesshëm shënon shpesh lindjen e një **Marke**. Duke përcaktuar konsumatorin specifik, të organizosh një eveniment kërkon planifikim të kujdesshëm - që prej studimit të thelbit **Markës**, deri te konceptimi dhe koordinimi i detajeve teknike.*

*Ne sigurohemi që ky proces të shkojë pa asnjë të metë, duke organizuar evenimente që nxjerrin më të mirën prej **Markës**, sepse, në fund të fundit, detajet bëjnë të vetën.*

MEDIA MANAGEMENT

*The visibility of a **Brand** depends greatly on media handling and management. None of the above mentioned services will be successful if their results don't appear in the most appropriate media, be it TV, radio, internet or even a sticker on a lamp-post.*

*We make certain the **Brand** is always best seen, heard and felt, by employing creative use of all media, whilst being cost effective at the same time.*

MENAXHIM MEDIASH

*Shtrirja e një **Marke** varet shumë nga menaxhimi i mediave. Asnjë nga shërbimet e përmendura më lart nuk do të kishin sukses, nëse nuk do të paraqiteshin si duhet nëpër mediat më të përshtatshme, qoftë në TV, radio, internet apo thjesht në një afishe të varur në shtyllë.*

*Ne bëjmë që **Marka** të shihet gjithmonë më së miri, të dëgjohet dhe të ndjehet, duke gjetur mënyrat më origjinale për përdorimin më të mirë të mediave, gjithmonë me shpenzimet më të përshtatshme.*

NEWBORN

17.02.2008

www.newborn-kosova.com



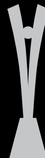
cannes
lion



golden
drum



clio



eurobest

NEWBORN



NEWBORN

NEWBORN is...	**NEWBORN** është...
an idea	një ide
a life	një jetë
a promise	një premtim
a thought	një mendim
a wish	një dëshirë
a gratitude	një mirënjohje
a link	një lidhje
a future	një e ardhme
a prayer	një lutje
a dedication	një dedikim
a gift	një dhuratë
a smile	një buzëqeshje
a sacrifice	një sakrificë
NEWBORN is Kosova!	**NEWBORN** është Kosova!


NEWBORN


NEWBORN

NEWBORN

GËNRIM
SHUKI
GAGI
TALANT
ASLLAN
VENERA
FITA
TOLE
NAIA

LIBRI I VOGËL I KUQ
Fjalorth Marketingu dhe Reklamimi
Fjalorth Digjital

THE LITTLE RED BOOK
Marketing and Advertising Glossary
Digital Glossary

Botim promocional
OGILVY ALBANIA & KOSOVA
Promotional publication

Dhjetor / December 2008
Tiranë   Prishtinë

Tirazhi / Circulation
5000 copë / issues
148 faqe / pages

NUK SHITET   NOT FOR SALE

OGILVY ALBANIA

T +355 (0)4 224 75 33
E info@ogilvyal.com
www.ogilvyal.com

OGILVY KOSOVA

T +381 (0)38 232 333
E info@ogilvyks.com
www.ogilvyks.com

REDAKTUAN / EDITED BY
Anna Kove
Edlira Mali
Gazmend Bërlajolli

BALLINA & KONCEPTI / COVER & CONCEPT
Fisnik Ismaili

DIZAJNI / DESIGN
Etrit Zeneli
Nita Salihu

FOTOGRAFITË / PHOTOGRAPHY
Andrew Testa
Jeton Kaçaniku
Visar Kryeziu

KONTRIBUAN / CONTRIBUTORS
Afërdita Pustina
Alma Avllazagaj
Ardit Guga
Artan Zeneli
Besnik Bujupi
Egla Zëre
Ema Pepkola
Gëzim Lezha
Hekuram Hoxha
Jehona Serhati
Jeton Morina
Juliana Mali
Jonida Kaso
Nita Qena
Olsi Ballta
Shkenca Bicaj
Sonila Nurçellari
Valon Sopaj

PRINT / SHTYPI
DataPons, Shkup / Skopje

REFERENCES / REFERENCA

www.about.com
www.adage.com
www.adweek.com
www.knowthis.com
www.marketingterms.com


BRAND
MARKA
KRIJIM MARKE DHE IDENTITETI
DIZAJN GRAFIK
WEB DIZAJN DHE ZHVILLIM
MARRËDHËNIE ME PUBLIKUN
MENAXHIM EVENIMENTESH
PROMOCIONE
MENAXHIM MEDIASH
FUSHATA REKLAMIMI
BRANDING AND IDENTITY
GRAPHIC DESIGN
WEB DESIGN AND DEVELOPMENT
PUBLIC RELATIONS
EVENT MANAGEMENT
PROMOTIONS
MEDIA MANAGEMENT
AD CAMPAIGNS